

Зайцева Л.О.

КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню факторів конкурентоспроможності підприємства та розгляду позицій різних авторів на науковій підході, що до визначення класифікації факторів конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, фактори конкурентоспроможності підприємства, факторні умови.

Різноманіття публікацій та тверджень як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників відображає об'єктивну складність наукового дослідження категорії - конкурентоспроможність підприємства. Оскільки конкурентоспроможність підприємства характеризується можливістю впродовж тривалого періоду часу утримувати конкурентні переваги, то під конкурентоспроможністю, як вважають С. Клименко та інші, слід розуміти динаміку пристосування підприємства до змінних умов зовнішнього середовища з метою збереження і розвитку вже наявних, або створення нових конкурентних переваг [13, с. 333]. Цей факт пояснюється тим, що конкурентоспроможність визначається безліччю факторів. Вплив яких, на думку Н. Тарнавської, І. Макарової може підвищувати та зменшувати її загальний рівень, виявляти сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства, так і його конкурентів [2].

Перш ніж класифікувати фактори, що впливають на забезпечення конкурентоспроможності підприємства, визначимо, що означає термін "фактор" взагалі.

Р. Жовновач зазначає, що поняття "фактор" походить від лат. factor – той, що робить, той, що виготовляє - причина, що впливає на певний результат [2].

Д. Панасенко під факторами розуміє сукупність умов, завдяки яким здійснюється той або інший процес, забезпечується той або інший результат. Наявність певних факторів забезпечує успіх, а їхня відсутність веде до невдачі [8, С. 19].

На думку Б. Райзберга та Р. Фатхутдінова фактори – це параметри, що визначають характер і результативність протікання економічних процесів, що зумовлюють кількість і якість економічного продукту, який виготовляється [2].

Стосовно конкурентоутворюючих факторів С. Бондаренко та В. Бокій стверджують, що це рушійна сила, яка формує і визначає характер конкурентоспроможності [1, с. 58–59]. Такої ж думки і Д. Панасенко, який зазначає, що фактори відіграють роль рушійних сил процесу підвищення конкурентоспроможності. Без них неможливо вистояти в конкурентній боротьбі і висока конкурентоспроможність багатьох зразкових компаній пояснюється тим, що ними задіяні такі рушійні сили (фактори), як синергізм, порівняльна оцінка рівня, скорочення циклу створення нових товарів і послуг, інтелектуальний капітал та ін. [8, с. 19].

Аналіз вищезазначених тверджень поняття "фактор" проведений авторами Р. Жовновач, Д. Панасенко, Б. Райзберг, Р. Фатхутдіновим, С. Бондаренко, В. Бокій дозволяє зазначити, що фактор, а точніше конкурентоутворюючий фактор - це рушійна сила (синергізм, порівняльна оцінка, інтелектуальний, фінансовий капітал та інші) здобута в процесі результативного протікання економічних процесів, що дозволяє вистояти в конкурентній боротьбі. Рівень конкурентоспроможності підприємства в кожний конкретний момент залежить від спільного впливу ряду факторів.

Проведений аналіз економічної літератури з проблеми визначення факторів, що впливають на забезпечення конкурентоспроможності підприємств показав, що фактори конкурентоспроможності підприємства розглядають за наступними ознаками: об'єктом дослідження, природою виникнення, сферою дії, керованістю, рівнем спеціалізації та конкуренції. Класифікації факторів притаманні вищезазначеним ознакам наведені у таблиці 1 [11].

На думку О. Россіхіної найважливішим завданням підприємства є визначення ключових факторів успіху з урахуванням переважних і прогнозованих умов розвитку країни або секторів економіки .

Велику увагу проблемі виявлення ключових факторів успіху в конкурентній боротьбі приділили А. Томпсон, А. Стрікленд. На їх думку, ключові фактори успіху – "це ті дії з реалізації стратегії, конкурентні можливості, результати діяльності, які кожна фірма повинна забезпечувати (або прагнути до цього), щоб бути конкурентоспроможною й домагатися фінансового успіху. Ключові фактори успіху - це ті фактори, яким фірма повинна приділяти особливу увагу, тому що вони визначають успіх (або провал) фірми на ринку, її конкурентні можливості, що безпосередньо впливають на її прибутковість" [12, С. 151].

В своїх працях А. Томпсон, А. Стрікленд позначають наступні ключові фактори:

- технологічні (досвід наукових досліджень, здатність до вдосконалення продукції і виробничих процесів);
- виробничі (низькі витрати на виробництво і високу якість продукції, висока продуктивність праці);
- розподільні (швидка доставка і низькі витрати на збут продукції);
- маркетингові (висококваліфікований персонал, широкий асортимент, приваблива упаковка продукції);
- кваліфікаційні (ноу-хау по управлінню якістю, створення нових видів продукції);

- організаційні можливості (здатність швидкого реагування на зміни ринку);
- інші (імідж, місце розташування, патентний захист і ін..) [4, С. 98].

Таблиця 1

Класифікація факторів конкурентоспроможності за ознаками їх розподілу

Автор	Класифікація факторів	Ознаки розподілу
1	2	3
А. Томпсон А. Стрікленд А. Олливье А. Дайана Р. Урсе	Ключові фактори поділяють на такі що: - залежать від технології; - належать до сфери виробництва; - стосуються реалізації продукції; - входять до сфери маркетингу; - відносяться до професійних навичок; - пов'язані з організаційними можливостями; - інші ключові фактори успіху. Концепція товару і послуги, їх якість та ціна, засоби торгівлі, передпродажна підготовка, післяпродажне обслуговування, зовнішня торгівля, фінанси підприємства	Об'єкт дослідження
М. Портер Б. Скотт Дж. Лодж Дж. Бауер Дж. Зюсман Л. Тайсон	- основні та розвинуті; - загальні та спеціалізовані; - природні та штучно створені	Природа виникнення
В. Марцин Е. Брулев	Зовнішні та внутрішні	Сфера дії
А. Костін О. Россіхіна	Контрольовані і неконтрольовані; керовані та некеровані	Керованість
О. Філатов	Інтегральні та специфічні	Рівень спеціалізації
Е. Смольянова В. Малицкая	Фактори: мего, макро, мікрорівня	Конкурентний рівень

Створення факторів - це процес накопичення: кожне покоління наслідує фактори, що дісталися від попереднього покоління, і створює свої, додаючи до колишніх, з врахуванням тих умов та обставин в яких функціонує підприємство.

Так французькі економісти А. Олливье, А. Дайана і Р. Урсе, вважають що підприємство повинно забезпечити собі рівень конкурентоспроможності по восьми факторах:

1. концепція товару і послуги, на яких базується діяльність підприємства;
2. якість, що виражається у відповідності продукту високому рівню товарів ринкових лідерів і визначається шляхом опитувань і порівняльних тестів;
3. ціна товару з можливою націнкою;
4. фінанси - як власні, так і позикові;
5. торгівля - з точки зору комерційних методів і засобів діяльності;
6. після продажне обслуговування, що забезпечує підприємству постійну клієнтуру;
7. зовнішня торгівля підприємства, що дозволяє йому позитивно управляти стосунками з владою, пресою і громадською думкою;
8. передпродажна підготовка, здатність передбачати запити майбутніх споживачів та переконати їх у виняткових можливостях підприємства задовольнити ці потреби [5].

Конкурентоспроможність підприємства визначається не тільки її власним потенціалом, значною мірою залежить від зовнішніх факторів - насамперед від конкурентоспроможності національної економіки й економічної політики держави. Найбільш глибоке й системне дослідження цієї проблеми було зроблено М. Портером, що сформулював найважливіші причини успіху і невдач у конкурентній боротьбі [8, С. 20]. Так М. Портер [9, с.181-191] запропонував класифікувати фактори на групи:

До першої групи відносять - факторні умови, які передбачають наявність в країні людських, природних і матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів, об'єктів інфраструктури та інші [10, с.223]. Залежно від конкретних значень (параметрів) цих факторів підприємство може одержати сприятливі або несприятливі умови виробництва для створення й підтримки конкурентної переваги [8, С. 20].

Факторні умови М. Портер підрозділяє на кілька типів (див. табл. 1):

- основні та розвинуті;
- загальні та спеціалізовані;
- природні та штучно створені.

До основних факторів М. Портер відносить природні ресурси, кліматичні умови, некваліфіковану та напівкваліфіковану робочу силу, активи тощо. Розвинуті фактори - це сучасна інфраструктура обміну інформацією на підприємстві, висококваліфіковані кадри і досвідні відділи.

Іншою ознакою розподілу факторів конкурентоспроможності є рівень спеціалізації. За спеціалізацією фактори конкурентоспроможності поділяються на загальні та спеціальні. І якщо загальні (мережа автомобільних шляхів, позичковий капітал, фахівці широкого профілю) впливають на конкурентоспроможність підприємств більшості видів діяльності, то спеціальні (венчурний капітал, вузькоспеціалізовані бази даних, фахівці вузького профілю) – тільки на конкурентоспроможність підприємств одного чи декількох видів діяльності. Загальні фактори зустрічаються часто і створюють обмежені конкурентні переваги, а спеціалізовані фактори сприяють довгостроковим умовам забезпечення конкурентоспроможності та, найчастіше, основні фактори є загальними, а розвинені – спеціалізованими [11].

Науковець О. Царенко вважає, що конкурентні переваги, досягнуті на базі основних і загальних факторів, це переваги нижчого порядку, що мають нетривалий і нестійкий характер, а конкурентні переваги, досягнуті за рахунок розвинених і спеціалізованих факторів, навпаки, мають тривалий і стійкий характер [16, с. 23].

Природні фактори включають географічне положення, природні ресурси. Штучно створені фактори - це фактори вищого порядку, які забезпечують більш стійку і високу конкурентоспроможність [11].

Аналіз факторних умов дозволяє стверджувати наступне: так основні, загальні та природні фактори є передумовою для організації і здійснення виробничої діяльності, а саме розвинені, спеціалізовані та штучно створені дозволяють створювати умови в яких підприємство здатне конкурувати з суперниками, завоювати певну частку ринку, отримувати прибуток, більший за вкладений капітал.

До другої групи факторів М. Портер відносить - умови попиту. Загальновідомо, що інтенсивний попит на певну продукцію стимулює розвиток його виробництва, спонукає виробників до впровадження нових технологій, випуску нових товарів тощо [6], з урахуванням наступних факторів таких, як - вимогливість покупців до якості товарів і послуг; еластичність попиту за ціною та рівнем доходу, ступенем усвідомлення різними соціальними групами актуальності тієї або іншої потреби, національних традицій і звичаїв; фаз життєвого циклу продукту, а також інших параметрів, що формують попит і його динаміку [8, С. 20].

Третя група факторів розглядає наявність пов'язаних та підтримуючих галузей, які є необхідною умовою для формування регіональних кластерних формувань [6]. На думку Д. Панасенко важливою умовою високої конкурентоспроможності підприємства виступає наявність у національній економіці розвинених суміжних і підтримуючих галузей. Тобто таких галузей, що спроможні на підприємстві забезпечити виробництво необхідними матеріалами, напівфабрикатами, комплектуючими виробами, інформаційними ресурсами. Разом із тим суміжні галузі можуть виступати як потужні конкуренти, які в змозі вивести на ринок товари-субститути (взаємозамінні товари). Однак і в цьому є свій позитив. Тому що створюється потужний стимул для науково-технічного прогресу в усіх галузевих і міжгалузевих ланцюжках [8, С. 20].

Наступна група факторів розкриває напрямки стратегії виробника, його структуру та конкурентів – це умови в країні, що визначають процес створення та управління виробництвом, а також характер конкуренції на внутрішньому ринку [6] або конкретні дії суперників, які створюють певні зовнішні умови функціонування конкретного підприємства [8, С. 20].

У загальну систему факторів М. Портер включає ще “випадкові події” і “дії уряду (держави)”, які можуть або підсилювати, або послабляти конкурентні переваги як окремих підприємств, так і країни в цілому. Випадковими є події, які мають мало спільного з системними умовами розвитку економіки країни і впливати на які часто не можуть ні підприємство, ні уряд. До найбільш важливих подій такого роду науковець відносить: винахідництво, великі технологічні зрушення, різкі зміни цін на ресурси, значні зміни на світових фінансових ринках або у валютних обмінних курсах, сплески світового і місцевого попиту, політичні рішення місцевих і закордонних урядів, війни та інші форс-мажорні обставини.

Випадкові події можуть різко змінити конкурентне середовище, а отже і позиції конкуруючих фірм. Вони можуть звести нанівець перевагу старих конкурентів і створити сприятливі умови для нових фірм [8, С. 20].

Зазначені фактори М. Портером [9, с. 181-191], утворюють систему, або середовище, в якому діють підприємства, галузі та кластери певної країни. Близьких до портерівських поглядів щодо факторної зумовленості конкурентоспроможності підприємств, галузей та кластерів країни дотримується і М. Кастельс [3, с. 114-117]. Він вважає, що ринкову успішність суб'єктів конкуренції визначають такі фактори, як:

1) технологічні потужності в системі “наука – технологія – виробництво – суспільство” (цей фактор кореспондує з факторними умовами М. Портера);

2) різниця між виробничими витратами у виробляючої сторони і цінами на цільовому ринку (подібно факторним умовам М. Портера);

3) доступ на великий, інтегрований і багатий ринок (це фактично умови попиту);

4) політичні можливості управляти стратегіями зростання країн або регіонів (частково відповідає фактору прямої дії “Стратегія виробника, його структура та конкуренти” і повною мірою – фактору опосередкованої дії “Політика уряду”).

Р. Фатхутдінов [14, с. 247-251] до факторів конкурентоспроможності підприємства відносить:

— розвиток власних науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок, рівень витрат на них, наявність передових технологій, забезпеченість висококваліфікованими кадрами (тобто розвинені фактори, за М. Портером);

— платоспроможність основних споживачів, наявність мережі збуту, реклама та стимулювання збуту, забезпеченість інформацією (що за змістом відповідає фактору попиту М. Портера);

— стан технічного обслуговування, можливість кредитування (що значною мірою визначається наявністю і можливостями пов'язаних та підтримуючих галузей в трактуванні М. Портера),

— фінансовий стан суб'єкта господарювання (він з одного боку є результатом дії усіх факторів за М. Портером, а з іншого – відправною точкою контуру зворотного зв'язку в системі управління конкурентоспроможністю підприємства) [6].

Отже із факторів, які розглядають М. Портер, М. Кастельс, Р. Фатхутдінов, можна визначити, що конкурентоспроможність підприємства слід розглядати в середовищі, де воно функціонує, виготовляє продукцію, яка є більш привабливою ніж у конкурентів, користується попитом на ринку, завдяки реклами та налагодженої мережі збуту; покращує фінансовий стан підприємства та галузі в цілому, за рахунок збільшення наявності передових технологій, при зниженні рівня витрат на них і залученні висококваліфікованих кадрів. Не варто недооцінювати економічне значення і сутність кожного з розглянутих вище факторів, тільки в комплексі з урахуванням факторних властивостей підприємство може стати конкурентоспроможним та досягти фінансового успіху.

Всі фактори, що впливають на конкурентоспроможність, можна розділити на дві великі групи: зовнішні та внутрішні (див. табл. 1).

Так, на думку В. Марцина [7, с.106], зовнішні фактори – це ті, на які підприємство впливати не може і в своїй політиці повинно сприймати їх як дещо незмінне. До них автор відносить наступні:

— діяльність державних владних структур (фіскальна та кредитно-грошова політика, законодавство);

— господарська кон'юнктура, що складається. Вона включає кон'юнктуру ринків сировинних та матеріальних ресурсів, ринків трудових ресурсів, ринків засобів виробництва, ринків фінансових ресурсів;

— розвиток основних підтримуючих галузей (розвиток нових технологій (ресурсозберігаючих, технологій глибокої переробки), нових матеріалів та джерел енергії, їх впровадження у виробництво підвищує науковий та виробничий потенціал підприємства);

— параметри попиту (ріст попиту на товари, що виробляються підприємством, його стабільність, закріплення положення на ринку) [7, с.107].

До внутрішніх факторів відносяться:

— діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структура управління, професійний та кваліфікаційний рівень керуючих кадрів і т.д.), а Е. Брулев називає цю групу як фактори, що визначають якість менеджменту (ефективність управління трудовими ресурсами, наявність систем управління якістю і стратегічного менеджменту, ефективність екологічного менеджменту, автоматизація управління, розвиненість освітнього потенціалу підприємства);

— система технологічного оснащення. Обновлення устаткування та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні;

— сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплексність її перероблення та величина відходів призводять до коливань в визначені витрат виробництва, що впливає на визначення фінансового результату діяльності підприємства та його конкурентоспроможність [7, с.107];

— збут продукції: його обсяг та витрати реалізації, а Е. Брулев доповнює: визначення задоволень споживача (відповідність якості продукції підприємства умовам споживання, наявність на підприємстві умов для підвищення якості продукції, насичення ринку товарами підприємства, наявність на підприємстві тенденцій до збільшення своєї частки ринку, своєчасність виходу продукції на ринок, прийнятність цін на продукцію);

— ефективність виробничо-господарської діяльності (економічна ефективність виробництва, виробнича активність підприємства, фінансова стійкість підприємства, обсяги інвестицій);

— інтенсивність маркетингових зусиль (позитивне відношення до покупців, престижність реклами, позитивний імідж підприємства, сила конкуренції, участь в добродійних акціях, інноваційний маркетинг) [4, С.98].

А. Костін теж розподіляє фактори конкурентоспроможності підприємства на: зовнішні і внутрішні, які можуть бути контрольованими і неконтрольованими; керованими та некерованими [11]. Так, на думку А. Костіна зовнішні - це економічні фактори навколишнього середовища, які виявляються у сферах виробництва, обігу і споживання, а внутрішні - це фактори самого підприємства, що впливають на ринок.

Керовані - це ті фактори, на які підприємство впливає і може контролювати. До некерованих відносяться ті фактори, на які підприємства відсутні засоби і способи впливу.

О. Россіхіна відзначає, що зовнішні фактори зазвичай є некерованими і неконтрольованими. Внутрішні - найчастіше контрольовані і керовані [11].

Е. Смольянова і В. Малицкая пропонують класифікувати фактори конкурентоспроможності за мірою можливого контролю з боку держави і підприємства при розподілі їх на групи (див. табл. 2):

1. неконтрольовані державою (мегарівень);

2. контрольовані державою, неконтрольовані підприємством (макрорівень);

3. контрольовані підприємством (мікрорівень) [5].

Таблиця 2

Класифікація факторів, що впливають на формування і розвиток конкурентоспроможності підприємства

Рівень	Чинники, що впливають на формування і розвиток конкурентоспроможності підприємства
Мегарівень	Глобалізація, міжнародна спеціалізація і розподіл праці, інформаційна революція і науково-технічний прогрес, географічне положення, кліматичні умови
Макрорівень	Недосконалість державного механізму, необхідність створення ефективного інституціонального середовища, рівень освіти і кваліфікації населення, рівень розвитку загальної інфраструктури, рівень розвитку технологій, демографічна ситуація, наявність і міра впливу природних монополій на економічний розвиток, особливості геополітичного положення
Мікрорівень	Якість продукції, поширення продукції основних виробників в торговельних точках, технологія виробництва, стабільність роботи, міра популярності марки, рівень цін, дизайн упаковки, кількість найменувань, рівень і гнучкість обслуговування, швидкість і своєчасність виконання замовлення, орієнтація на споживача, фінансова політика, управління персоналом, продуктивність праці

Проаналізувавши складові класифікації факторів на зовнішні і внутрішні різних авторів, слід відзначити, що демонструються різні підходи, які відрізняються лише рівнем деталізації.

О. Філатов також відмічає, що фактори конкурентоспроможності впливають як на зовнішнє, так і на внутрішнє середовище підприємства, та можуть бути як інтегральними так і специфічними. До інтегральних факторів автор відносить інноваційні, інвестиційні, фінансові, соціальні й економічні. Водночас до групи специфічних факторів, характерних для зовнішнього середовища підприємства, на його думку, відносяться законодавчі, правові, транспортні, а для внутрішнього середовища - нормативні, науково-технічні та виробничі [15, С. 30].

О. Россіхіна класифікує фактори конкурентоспроможності підприємства на: техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові [11], які теж можуть бути як внутрішні так і зовнішні.

До техніко-економічних факторів включає: якість, продажну ціну та витрати на експлуатацію (використання) або споживання продукції/ послуги, інноваційний, виробничий потенціал. Ці компоненти залежать від продуктивності і інтенсивності праці, витрат виробництва тощо.

Комерційні фактори визначають умови реалізації товарів на конкретному ринку і включають:

- 1) кон'юнктуру ринку (рівень конкуренції, співвідношення між попитом і пропозицією конкретного товару, національні та регіональні особливості ринку, що впливають на формування платоспроможного попиту на продукцію або послугу);
- 2) сервіс (наявність дилерсько-дистриб'ютерських пунктів виробника і станцій обслуговування в регіоні покупця, якість технічного обслуговування, ремонту та інших послуг);
- 3) рекламу (наявність і дієвість реклами й інших засобів впливу на споживача з метою формування попиту);
- 4) імідж фірми (популярність торговельної марки, репутація фірми, компанії, країни).

Під нормативно-правовими фактори розуміють вимоги технічної, екологічної та іншої (можливо, морально-етичної) безпеки використання товару на конкретному ринку, а також патентно-правові вимоги (патентної чистоти і патентного захисту). При випадку коли, на конкретному ринку у розглянутий період, товар не відповідає чинним нормам і вимогам, стандартам і законодавству, то він не може бути проданий на цьому ринку [11].

Із вище перерахованих факторів до внутрішніх відносять: інноваційний, виробничий та фінансовий потенціал; якість і ціна товару; сервіс, рекламу й імідж фірми; конкурентоспроможність продукції/послуг; витрати на експлуатацію або споживання продукції/послуг.

До зовнішніх: кон'юнктура ринку, конкурентне середовище, нормативно-правові та патентні вимоги і стандарти.

На думку О. Россіхіної [11] розглянуті фактори складають собою систему, що забезпечує конкурентоспроможність продукції і, відповідно, підприємства в цілому. Значення кожного окремого фактора різне залежно від ринку, характеру конкуренції, стадії життєвого циклу продукції тощо. Вплив на конкурентоспроможність продукції, приводить до зміни одного фактора на інший, що демонструє наявність певного синергетичного ефекту при їх взаємовпливу.

Аналіз розглянутих вище досліджень та наведених класифікацій сучасних економістів довів, що під факторами конкурентоспроможності підприємства слід розуміти явища і процеси виробничо-господарської діяльності підприємств та соціально-економічного життя суспільства, які викликають зміну величини витрат на виробництво і реалізацію продукції, а в результаті і зміну рівня конкурентоспроможності самих підприємств. Вирішальним фактором стабільності конкурентоспроможності підприємства – є не тільки здатність виробляти високоякісні товари, а й можливість забезпечити комерційний успіх на ринку.

Взагалі конкурентоспроможність підприємства необхідно розглядати з урахуванням факторів конкурентоспроможності продукції, потенціалу підприємства, галузей, регіонів і країни в цілому, які є взаємопов'язані між собою. Науковці виділяють велику кількість факторів конкурентоспроможності, які відрізняються один від одного за своєю природою, характером впливу, при класифікації їх по різним ознакам. Але найбільш розповсюдженою в економічній літературі є класифікація факторів формування конкурентоспроможності підприємств за сферою дії: зовнішні та внутрішні. Такий розподіл дозволяє враховувати не лише процеси перетворення, що протікають на підприємстві, у тому числі і результат діяльності, але й динаміку змін, що пов'язані із зовнішнім середовищем, в якому функціонує підприємство, для своєчасного й адекватного реагування на зміни.

Література

1. Бондаренко С. Про механізм формування конкурентоспроможності продукції промислового підприємства / С. Бондаренко, В. Бокій // Економіка підприємств. – 2001 – № 9 – С. 58–59.
2. Жовновач Р. І. Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства [Електронний ресурс] / Р. І. Жовновач — Режим доступу: www.nbu.gov.ua/portal/natural/npkntu_e/2010_18_1/stat.../50.pdf.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Мануэль Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. — М. : ГУ ВШЭ, 2000. — 608 с.
4. Круг Э. А. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятий: позиции разных авторов [Электронный ресурс] / Э.А. Круг // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2008. – №10 (48). – С. 96–99.— Режим доступа:http://www1.asau.ru/doc/nauka/vestnik/2008/10/Ekonomika%20APK_Krug.pdf
5. Кузьминич Г. Г. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предпринимательских структур [Электронный ресурс] / Г.Г. Кузьминич // Материалы Международной научно-практической конференции / Байкальский государственный университет экономики и права, – Иркутск, 2010.— Режим доступа: <http://com-nauka.isea.ru/files/s1/37%20%20Кузьминич.pdf>
6. Лозовський О. М. Основні детермінанти конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс] / О. М. Лозовський, К. С. Рибачок — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/6_PNI_2011/Economics/6_80087.doc.htm
7. Марцин В. Умови виникнення та показники оцінки факторів, що формують конкурентоспроможність підприємства [Електронний ресурс] / В. Марцин — http://www.anvou.org.ua/academy/herald_info/visnyk_61_5_08/visnyk_61_5_08_98-113.pdf
8. Панасенко Д. А. Системний підхід до показників конкурентоспроможності / Д. А. Панасенко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008 – № 3(82) – С. 19–24.
9. Портер М. Конкуренция / Майкл Портер, [Пер. с англ.]. – М.: Издательский Вильямс, 2002. – 496 с.
10. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер [Пер. с англ.].— М.: Международные отношения, 1993. — 896 с.
11. Россіхіна О. Є. Основні фактори конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс]/ О. Є. Россіхіна — Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/2010_2/files/EC210_39.pdf
12. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. —М., 1998. —576 с.
13. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась, О. С. Дуброва, А. В. Вакулєнко. — К.: КНЕУ, 2008. — 520 с.
14. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А Фатхутдинов – М. : Маркетинг, 2002. – 892 с.
15. Филатов О. К. Проблема повышения уровня конкурентоспособности продукции предприятий / О. К. Филатов // Пищевая промышленность. — 1999. -№ 3. — С. 30.
16. Царенко О. В. Класифікація факторів конкурентних переваг галузі регіонів / О. В. Царенко // Економічний простір. – 2009. – № 2. – С. 13-25.

Зайцева Л. А. Классификация факторов конкурентоспособности предприятий

Статья посвящена исследованию факторов конкурентоспособности предприятия и рассмотрению позиций разных авторов на научные подходы к определению классификации факторов конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, факторы конкурентоспособности предприятия, факторные условия

Zajtzeva L. O. Classification of factors of competitiveness of enterprises

The article is devoted research of factors of competitiveness of enterprise and consideration of positions of different authors on the scientific going near determination of classification of factors of competitiveness.

Keywords: competitiveness of enterprise, factors of competitiveness of enterprise, factor terms

Зайцева Людмила Олексіївна, асистент кафедри фінансів ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»

Рецензент Матросова Людмила Миколаївна., д.е.н., проф., ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка»

Стаття подана
15.05.2012